

## **BAB V**

### **EFEK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TELEGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI START FRIDAY SURABAYA**

#### **5.1 Hasil Penelitian**

Selama proses wawancara peneliti mempersiapkan kebutuhan dan kondisi narasumber seperti memperhatikan kesiapan untuk bercerita latar belakang penelitian dan memastikan kesediaannya narasumber untuk diwawancarai, narasumber pada penelitian ini terdapat 7 orang mahasiswa dari universitas yang berbeda, dan diketemukan pada kesempatan yang sama selama 3 bulan sebagai mahasiswa magang diperusahaan *Start Friday*. Hal ini bertujuan agar wawancara berlangsung lancar dan informasi yang didapat valid dan akurat. Pengupulan data dilakukan dengan wawancara bersurat melalui email dan dilanjutkan wawancara secara personal dan lebih mendalam. Wawancara yang dilakukan mencakup tentang efek kehadiran medsos Telegram di *Start Friday* dari sudut pandang anak magang.

##### **5.1.1 Karakteristik Responden**

###### **A. Responden 1 Florencia Irena Wijayanto**

Bernama Florencia Irena Wijayanto (FW), seorang mahasiswi di Universitas Kristen Petra kota Surabaya, Fakultas Seni dan Desain, Prodi Desain Komunikasi Visual. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan FW atas kesediaan FW untuk diwawancarai, dan FW pun bersedia, dan pada hari yang sama peneliti mengirim email file kuesioner kepada FW. Selama FW menjawab kuesioner ada beberapa yang FW tanyakan atas ketidak pahaman FW dalam mengisi kuesioner, dan kuesioner dikumpulkan kembali pada peneliti 1 hari setelah peneliti mengirimnya.

## **B. Responden 2 Fitri Rachmawati**

Bernama Fitri Rachmawati (FR), seorang mahasiswi di UIN Sunan Ampel kota Surabaya, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Progdil Ilmu Komunikasi. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan FR atas kesediaan FR untuk diwawancarai, dan FR pun bersedia, dan pada hari yang sama peneliti mengirim email file kuesioner kepada FR. Selama FR menjawab kuesioner tidak ada yang FR tanyakan mengenai pertanyaan pada kuesioner, dalam mengumpulkan kuesioner FR memerlukan yaitu dalam 6 hari, dikarenakan FR lupa untuk mengisi kuesioner tersebut kejadian tersebut tidak sepenuhnya salah responden akan tetapi juga dikarenakan peneliti yang lama untuk mengkonfirmasi kembali.

## **C. Responden 3 Mega Rahmania**

Namanya Mega Rahmania (MR), seorang mahasiswi di Universitas Brawijaya kota Malang, Fakultas Vokasi, Progdil Desain Komunikasi Visual. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan MR atas kesediaan MR untuk diwawancarai, dan MR pun bersedia, dan pada hari yang sama peneliti mengirim email file kuesioner kepada MR. Selama MR menjawab kuesioner tidak ada yang MR tanyakan mengenai pertanyaan pada kuesioner, dibandingkan responden lainnya MR merupakan yang paling cepat dalam hal merespon secara personal dan by email, dan kuesioner dikumpulkan kembali pada peneliti dihari yang sama setelah peneliti mengirimnya.

## **D. Responden 4 Annisa Ramadhani**

Namanya Annisa Ramadhani (AR), seorang mahasiswi di Universitas Brawijaya kota Malang, Fakultas Vokasi, Progdil Ilmu Komunikasi. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan AR atas kesediaan AR untuk diwawancarai, dan AR pun bersedia, dan pada hari yang sama peneliti mengirim email file kuesioner kepada AR.

Selama AR menjawab kuesioner tidak ada yang AR tanyakan mengenai pertanyaan pada kuesioner, responden AN terbilang pasif dibanding responden lainnya karena ketika AR selesai dan mengirimkan kembali ke peneliti hasil dari kuesioner yang AR jawab, AR tidak memberikan konfirmasi atau kabar akan hal itu, peneliti mengetahui bahwa AR telah menjawab kuesionernya ketika peneliti mengecek email yang masuk, tetapi AR termasuk responden yang cepat dalam menjawab kuesioner dikarenakan kuesioner dikumpulkan kembali pada peneliti dihari yang sama setelah peneliti mengirimnya.

#### **E. Responden 5 Himatyar Putra Widya**

Bernama Himatyar Putra Widya (TY), seorang mahasiswa di Universitas Brawijaya kota Malang, Fakultas Vokasi, Progdi Desain Komunikasi Visual. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan TY atas kesediaan TY untuk diwawancarai, dan TY pun bersedia, dan pada hari yang sama peneliti mengirim email file kuesioner kepada TY. Selama TY menjawab kuesioner tidak ada yang TY tanyakan mengenai pertanyaan pada kuesioner, dalam menjawab kuisisioner TY memerlukan 5 hari dikarenakan ketika pada hari peneliti mengirimkan kuesioner kepada TY, TY menjelaskan bahwa laptopnya masih diservis dan pada hari ke 5 itu pula peneliti berusaha menanyakan kembali kabar dari kuesioner apakah sudah bisa diisi, dan ternyata TY kelupaan bahwa memiliki kesepakatan dalam mengisi kuesioner dari peneliti, dan akhirnya pada hari ke 5 itu juga TY menjawab dan mengumpulkan kembali hasil kuesioner yang sudah terjawab kepada peneliti.

#### **F. Responden 6 Hanny Yunita**

Bernama Hanny Yunita (HY), seorang mahasiswi di UKSW kota Salatiga, Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi, Progdi Ilmu Komunikasi. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan HY atas kesediaan HY untuk diwawancarai, dan HY pun bersedia, dan pada

hari itu jua peneliti melakukan wawancara langsung secara tatap muka dengan merekam hasil tanya jawab terhadap responden HY, selama wawancara berlangsung HY menjawab dengan detail dan *story telling* sehingga sangat membantu peneliti bisa lebih dalam ketika mencari data, selama wawancara berlangsung banyak pertanyaan yang HY kurang paham dan butuh waktu untuk menjawabnya, peneliti juga telah menjelaskan setiap pertanyaan yang HY tidak paham dan menyimpulkan kembali dari apa yang HY jawab, sehingga apa yang peneliti pahami sesuai dengan apa yang HY ingin sampaikan. Wawancara dengan responden HY memakan waktu sekitar 40 menit.

#### **G. Responden 7 Rattih Dewi**

Bernama Rattih Dewi (RT), seorang mahasiswi di UKSW kota Salatiga, Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi, Progdi Ilmu Komunikasi. Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menanyakan RT atas kesediaan RT untuk diwawancarai, dan RT pun bersedia, dan pada hari itu jua peneliti melakukan wawancara langsung secara tatap muka dengan merekam hasil tanya jawab terhadap responden RT, selama wawancara berlangsung RT menjawab dengan singkat dan jelas sehingga sangat membantu peneliti bisa lebih dalam ketika mencari data, selama wawancara berlangsung banyak pertanyaan yang RT kurang paham dan butuh waktu untuk menjawabnya, peneliti juga telah menjelaskan setiap pertanyaan yang RT tidak paham dan menyimpulkan kembali dari apa yang RT jawab, sehingga apa yang peneliti pahami sesuai dengan apa yang RT ingin sampaikan. Wawancara dengan responden RT memakan waktu sekitar 2 jam dikarenakan RT lebih membutuhkan waktu yang lama untuk mempertimbangkan jawabannya.

### 5.1.2 Deskripsi Penelitian

Hasil penelitian ini akan menyajikan langsung hasil dari kuesioner-kuesioner dan hasil wawancara langsung terhadap ke 7 responden anak magang yang ada di *Start Friday*, yang bertujuan dalam meneliti efek dari kehadiran media sosial *Telegram* pada kegiatan magang, yang dapat menimbulkan efek ekonomi, efek sosial, efek penjadwalan kegiatan, efek hilangnya perasaan tertentu, dan efek tumbuhnya perasaan tertentu.

#### 5.1.2.1 Efek Ekonomis

Efek ekonomi merupakan efek yang mampu menggerakkan aspek bidang usaha, bisa dalam bentuk mendapatkan penghasilan atau sebaliknya mendapatkan pengeluaran .dalam penelitian ini merupakan efek yang terjadi terhadap penggunaan media sosial *Telegram* pada kantor *Start Friday*, berikut deskripsi dari hasil wawancara peneliti dengan ketujuh responden.

##### A. Responden 1 Florencia Irena Wijayanto (FW)

Menurut FW efek ekonomi yang dia dapat yaitu ketika dia harus membeli pulsa untuk mengaktifkan paket data internet yang bertujuan agar dapat mengoperasikan medsos *Telegram* selama dia magang di *Start Friday*. Dan FW tidak merasakan efek ekonomi lainnya selain melalui pembelian pulsa tersebut.

##### B. Responden 2 Fitri Rachmawati (FR)

Menurut FR dia tidak merasakan efek ekonomi tersebut karena dia hanya menggunakan media sosial *Telegram* dalam kantor dan dikantor sudah terfasilitasi dengan *wifi*. Dan FR tidak merasakan efek ekonomi lainnya lagi.

### **C. Responden 3 Mega Rahmania (MR)**

Menurut MR dia tidak merasakan efek ekonomi tersebut karena dia hanya menggunakan media sosial *Telegram* dalam kantor dan dikantor sudah terfasilitasi dengan *wifi*. Dan MR tidak merasakan efek ekonomi lainnya lagi.

### **D. Responden 4 Annisa Ramadhani (AR)**

Menurut AR dia tidak merasakan efek ekonomi tersebut karena dia hanya menggunakan media sosial *Telegram* karena dikantor dan dikostnya sudah terfasilitasi dengan *wifi*. Dan AR tidak merasakan efek ekonomi lainnya lagi.

### **E. Responden 5 Himatyar Putra Widya (TY)**

Menurut TY efek ekonomi yang dia dapat hanya sebatas dalam pembelian kuota internet untuk mengakses media sosial *Telegram*. Dan TY tidak merasakan ada efek ekonomi lainnya yang dia terima.

### **F. Responden 6 Hanny Yunita (HY)**

Menurut HY efek ekonomi yang dia dapat yaitu dengan pembelian kuota internet untuk dapat tetap mengakses media sosial *Telegram* ketika HY ada tugas diluar kantor ataupun keperluan komunikasi diluar jam kantor. Dan HY merasa penggunaan kuota akan lebih digunakan ketika *wifi* dikantor sedang mengalami *trouble*.



## **G. Responden 7 Rattih Dewi (RT)**

Menurut RT efek ekonomi yang dia dapat yaitu dengan pembelian kuota, akan tetapi RT menjelaskan meskipun tidak menggunakan *Telegram* RT memang tetap akan membeli kuota, jadi RT merasa efek ekonomi yang dia dapat memang ada tapi terbilang sangat kecil. Dan RT tidak merasakan ada efek ekonomi lainnya yang dia terima.

### **5.1.2.2 Efek Sosial**

Efek sosial merupakan efek yang didapat dalam bentuk kegiatan sosial seperti pengakraban diri, dan kegiatan komunikasi yang terjadi. Dalam penelitian ini merupakan efek yang terjadi terhadap penggunaan media sosial *Telegram* pada kantor *Start Friday*, berikut deskripsi dari hasil wawancara peneliti dengan ketujuh responden.

#### **A. Responden 1 Florencia Irena Wijayanto (FW)**

FW sebelum magang di *Start Friday* sudah mengenal dan menggunakan media sosial *Telegram*, bagi FW *Telegram* lumayan membantu dia dalam bersosialisasi kesesama teman magang, dan lumayan membantu juga untuk bersosialisasi dengan para *staff* yang kerja di *Start Friday* karena FW merasa tidak perlu untuk naik turun tangga. Akan tetapi FW merasa *Telegram* kurang memudahkan dia untuk bisa akrab dengan sesama teman yang magang, dan selama magang di *Start Friday* FW tidak merasakan efek negatif dari penggunaan *Telegram* sebagai media dia bersosialisasi.

## **B. Responden 2 Fitri Rachmawati (FR)**

FR sebelumnya sudah mengenal media sosial *Telegram* akan tetapi belum pernah menggunakannya, bago FR *Telegram* sangat memudahkan dia dalam berinteraksi kepada teman magang dan juga para *staff* yang kerja di *Start Friday*, khususnya dalam ngefollow up tugas ataupun sekedar menanyakan tentang pekerjaan yang belum jelas. Menurut FR *Telegram* membantu dia untuk akrab dengan teman magang lainnya karena ada grup anak magang sendiri tanpa mengganggu para *staff* disana. FR juga merasa *Telegram* sangat membantu dia dalam bersosialisasi dengan sesama teman magang, dimana FR pertama kali memperkenalkan dirinya dan mulai bersosialisasi dengan teman magang melalui grup *Telegram* itu pula sebelum akhirnya bertatap muka, begitu juga dengan para *staff* disana. FR merasakan dengan menggunakan *Telegram* ini membuat dia bisa sangat akrab khususnya kepada pembimbing magang dia, komunikasi menjadi sangat mengasyikan dengan *sticker-sticker* yang lucu-lucu.

## **C. Responden 3 Mega Rahmania (MR)**

MR sebelum magang di *Start Friday* belum mengenal dan belum pernah menggunakan media sosial *Telegram*, Tetapi setelah MR menggunakan *Telegram*, MR merasa *Telegram* memudahkan dia saat bersosialisasi dengan sesama temang magang dan juga para *staff*. Namun bagi MR *Telegram* tidak membantunya untuk bisa saling akrab dengan sesama teman magang, karena MR juga merasa penggunaan *Telegram* tidak membantu dia untuk bersosialisasi, dan dalam penggunaanya juga MR sering mengalami salah paham.



#### **D. Responden 4 Annisa Ramadhani (AN)**

AN sebelum magang di *Start Friday* sudah mengenal dan menggunakan media sosial *Telegram*, dalam perannya *Telegram* memudahkan sesama teman magang bersosialisasi AN menanggapinya dengan biasa saja, akan tetapi AN merasa perannya benar memudahkan bersosialisasi terhadap para *staff*. Dan menurut AN *Telegram* tidak membuat dia akrab dengan teman magang lainnya. Dan untuk efek sosial lainnya yang AN merasa adanya *Telegram* membuatnya pasif dengan lingkungan sekitar.

#### **E. Responden 5 Himatyar Putra Widya (TY)**

TY sebelum magang di *Start Friday* belum mengenal dan belum pernah menggunakan media sosial *Telegram*. Tetapi setelah MR menggunakan *Telegram*, TY merasa *Telegram* memudahkan dia saat bersosialisasi dengan sesama teman magang dan juga para *staff*. Namun bagi TY *Telegram* tidak membantunya untuk bisa saling akrab dengan sesama teman magang. Dan untuk efek lainnya TY tidak merasakan ada efek lainnya.

#### **F. Responden 6 Hanny Yunita (HY)**

HY sebelum magang di *Start Friday* belum mengenal dan belum pernah menggunakan *Telegram*. Dalam penggunaannya HY merasa *Telegram* tidak memudahkannya dalam bersosialisasi, baik kesesama teman magang dan para *staff*. Karena menurut HY *Telegram* disana tidak sepenuhnya untuk kepentingan kerja, tapi juga bisa untuk bersosialisasi, hal tersebut membuat HY bisa lebih akrab lagi dengan teman magang lainnya. Dan untuk efek lainnya HY merasa dengan penggunaan *Telegram* diluar jam kantor membuat HY bisa

lebih bersosialisasi dengan teman magang lainnya dengan mengobrolkan hal-hal diluar topik permagangan.

#### **G. Responden 7 Rattih Dewi (RT)**

RT sebelum magang di *Start Friday* belum mengenal dan belum pernah menggunakan *Telegram*. Bagi RT *Telegram* memudahkan untuk bersosialisasi akan tetapi dalam segi efektif RT lebih memilih untuk bertatap muka. RT merasa bisa lebih akrab dengan teman magang lainnya dengan bersosialisasi tatap muka, akan tetapi untuk para *staff* RT merasa lebih biasa akrab melalui *Telegram*. Dan untuk efek lainya RT tidak merasakan ada efek lainnya.

#### **5.1.2.3 Efek Penjadwalan Kegiatan**

Efek penjadwalan kegiatan merupakan efek yang terjadi mulai pada dari pola waktu penggunaan dan skala penggunaan medsos itu sendiri, serta perubahan kegiatan dari yang biasanya atau yang belum ada. Dalam penelitian ini merupakan efek yang terjadi terhadap penggunaan media sosial *Telegram* pada kantor *Start Friday*, berikut deskripsi dari hasil wawancara peneliti dengan ketujuh responden.

#### **A. Responden 1 Florencia Irena Wijayanto (FW)**

Dengan penggunaan *Telegram* di *Start Friday*, FW merasa tidak membuatnya jadi lebih sering menggunakannya dibanding sebelumnya, FW hanya menggunakan *Telegram* untuk keperluan magang, dan jarang menggunakannya untuk berkomunikasi dengan pihak lainnya di luar lingkup *Start Friday*. Dalam penggunaan *Telegram* FW juga menjadi lebih sering bersosialisasi dengan sesama teman magang, dan *Telegram* juga mengubah cara berkomunikasi FW khususnya

ketika FW mendapatkan tugas yang harus dikerjakan bersama dengan teman magang lainnya. Dengan adanya *Telegram* FW tidak merasa akan membuat dia terlambat dengan mengumpulkan tugas karena FW patuh akan *deadline*, jadi sebisa mungkin FW selesaikan dikantor, dan jika *deadline* terlalu mepet maka FW baru mengerjakan dirumah, jadi FW merasa *Telegram* tidak mempengaruhi dia dalam memutuskan untuk menyelesaikan tugas di kantor atau dirumah. Sejauh ini FW tidak merasakan efek penjadwalan kegiatan lainnya.

#### **B. Responden 2 Fitri Rachmawati (FR)**

Menurut FR ketika magang di *Start Friday* membuat dia menjadi lebih sering menggunakan *Telegram*, dalam penggunaanya FR merasa jadi lebih mengutamakan mengecek *Telegram* terlebih dahulu dibanding media sosial dia lainnya. Dengan adanya *Telegram* FR merasa terkadang menjadi lebih sering berkomunikasi dengan *Telegram* dibanding tatap muka, terutama dengan para *staff*, tatap muka hanya ketika memang dipanggil saja. Menurut FR *Telegram* cukup merubah cara dia bersosialisasi dengan teman magang, ketika jam kantor aktif FR fokus untuk bekerja, tapi ketika jam istirahat barulah FR bisa saling ngobrol dengan teman magang lainnya secara tatap muka. Menurut FR kepraktisan *Telegram* tidak membuatnya kerap menunda dalam mengerjakan tugas, karena FR berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan dikantor, tetapi kalau memang terpaksa waktu tidak cukup, FR juga mengerjakannya dirumah dan dikumpulkan melalui *Telegram*. Perubahan jadwal kegiatan lainnya yang FR rasakan yaitu ketika jam

kerja aktif FR khusus menggunakan *Telegram*, selain di jam aktif kantor FR menggunakan media sosial lain seperti WA.

### **C. Responden 3 Mega Rahmania (MR)**

MR merasa kehadiran *Telegram* memang membuat dia lebih sering menggunakannya, tetapi hanya selama di kantor atau jam kerja. Dan juga MR menjadi sering menggunakan *Telegram* dibanding tatap muka ketika hanya ada di kantor, dengan begitu MR merasa dengan adanya *Telegram* membuat dia merubah cara dia bersosialisasi secara tatap muka. Dengan kemudahan *Telegram* MR tidak pernah menunda pekerjaannya karena MR patuh akan *deadline*, dengan begitu MR selalu menyelesaikan tugasnya tetap di tempat kerja.

### **D. Responden 4 Annisa Ramadhani (AR)**

AR merasa kehadiran *Telegram* memang mebuat dia lebih sering menggunakannya, dan AR menjadi lebih sering bersosialisasi dengan *Telegram* dibanding dengan tatap muka, dengan begitu AR merasa *Telegram* ini benar adanya mengubah cara bersosialisasi dia menjadi sering menggunakan *Telegram*. Menurut AR dengan kemudahan *Telegram* tidak membuatnya menunda ketika mengerjakan sesuatu, dengan begitu AR lebih suka menyelesaikan tugas selagi di jam kantor.

### **E, Responden 5 Himatyar Putra Widya (TY)**

Dalam penggunaan *Telegram* tidak membuat TY menjadi sering menggunakannya, tetapi penggunaa *Telegram* membuat TY menjadi lebih sering bersosialisasi melalui *Telegram* dibanding tatap muka ketika jam kantor, dengan begitu TY merasa *Telegram* ini benar adanya mengubah cara

bersosialisasi dia menjadi sering menggunakan *Telegram*. Menurut TY dengan kemudahan *Telegram* tidak membuatnya menunda ketika mengerjakan sesuatu, dengan begitu TY lebih suka menyelesaikan tugas selagi di jam kantor.

#### **F. Responden 6 Hanny Yunita (HY)**

Dalam penggunaan *Telegram* membuat HY menjadi lebih sering menggunakan *Telegram* dibanding medsos yang sudah HY punya sebelumnya, karena menurut HY kita harus siaga untuk menunggu instruksi-instruksi dari pemberi tugas, dan karena juga ketika magang banyak kegiatan yang akan disampaikan, dikumpulkan, melalui *Telegram* tersebut. Bagi HY penggunaan *Telegram* juga merubah kegiatan bersosialisasinya, dimana dengan para staff akan lebih sering menggunakan *Telegram*, dibanding dengan sesama teman magang yang sering dilakukan secara tatap muka. Bagi HY juga adanya *Telegram* di *Start Friday* merubah cara bersosialisasi HY karena di luar penggunaan *Telegram* HY lebih nyaman dengan bertatap muka, menurut HY adanya *Telegram* tidak merubah jadwal magang, mungkin sesekali para staff memberikan info melalui *Telegram* untuk masih lebih siang ataupun pulang lebih awal. Dengan kemudahan *Telegram* tidak membuat HY menunda dalam mengerjakan tugas, dengan begitu HY lebih memilih menyelesaikannya di kantor.

#### **G. Responden 7 Rattih Dewi (RT)**

Dalam penggunaan *Telegram* RT merasa menjadi lebih sering tapi hanya ketika pada jam kantor, diluar itu ratih lebih sering menggunakan media sosial lainnya. Dalam penggunaan *Telegram* dengan tujuan bersosialisasi tidak

membuat RT menjadi lebih sering menggunakan *Telegram*, RT hanya menggunakan *Telegram* dengan para *staff* karena menurut RT itu sudah merupakan ketentuan, tapi untuk kesesama teman magang RT lebih dengan tatap muka dengan alasan karena memang satu ruang. Dan dengan kepraktisan *Telegram* tidak membuat RT untuk menunda tugas yang dia dapat, sebisa mungkin dia kumpulkan lebih awal agar dapat dicek dan apabila ada revisi RT masih bisa segera perbaiki sebelum jam kantor habis. Untuk efek penjadwalan kegiatan lainnya RT merasa ketika hari-hari libur seperti sabtu dan minggu, RT masih harus mengupload konten sesuai *datelane*, dan sebelum *upload* RT harus konfirmasi dengan pembimbing magangnya melalui *Telegram*.

#### **5.1.2.4 Efek Hilangnya Perasaan Tertentu**

Efek hilangnya perasaan tertentu merupakan efek yang hilang atau tergantikan, yang disebabkan oleh kehadiran dan penggunaan medsos itu sendiri. Dalam penelitian ini merupakan efek yang terjadi terhadap penggunaan media sosial *Telegram* pada kantor *Start Friday*, berikut deskripsi dari hasil wawancara peneliti dengan ketujuh responden.

##### **A. Responden 1 Florencia Irena Wijayanto (FW)**

Bagi FW dengan penggunaan *Telegram* di *Start Friday* membuat dia nyaman, dan juga *Telegram* membantu FW untuk mengurangi rasa gugupnya ketika bersosialisasi dengan yang lainnya. Dalam pengerjaan tugas FW merasa terkadang juga tidak bisa untuk memahami tugas yang diberikan. Dan juga FW merasa *Telegram* tidak menghilangkan cara FW bersosialisasi sebelum dan sesudah menggunakannya. FW yang memiliki *basic* dalam bidang desain komunikasi visual



yang sering bergulat dengan ide-ide kreatif tidak merasa *Telegram* mempengaruhi dia dalam berkeaktivitas mengerjakan tugasnya. FW merasa dengan penggunaan *Telegram* membuat suasana kantor menjadi kaku dan menegangkan, dan sejauh ini tidak ada perasaan hilang lainnya yang FW rasakan.

#### **B. Responden 2 Fitri Rachmawati (FR)**

Bagi FR penggunaan *Telegram* membuatnya nyaman karena FR merasa tidak perlu tergesah-gesah bertatap muka dengan yang lainnya, Dan FR juga merasa adanya *Telegram* membantu menghilangkan rasa gugup, karena FR merasa gugup ketika harus menatap lawan bicaranya. Menurut FR dalam memahami sebuah tugas yang diberikan melalui *Telegram* FR merasa terkadang bisa dan terkadang juga tidak, FR merasa baru akan bisa paham apabila pemberi tugas menjelaskan dengan detail. Dengan adanya *Telegram* FR tidak menghilangkan kebiasaan cara FR berkomunikasi dengan sesama teman magang. Menurut FR *Telegram* tidak mempengaruhi dia dalam berkeaktivitas untuk menyelesaikan tugas. Dilain sisi FR yang merasa terbantu dengan penggunaan *Telegram* di *Start Friday* dalam membantunya menghilangkan rasa gugup, FR juga merasa dilain sisi suasana kantor menjadi kaku dan menegangkan, karena kurangnya tatap muka secara langsung, dan kita tidak bisa melihat gesture lawan bicara ketika hanya chat melalui *Telegram*. Efek lainnya yang FR rasakan yaitu FR merasa kurang bisa akrab dengan teman magang lainnya yang jarang dia *chat*.

### C. Responden 3 Mega Rahmania (MR)

Menurut MR penggunaan *Telegram* membuatnya tidak nyaman dalam menyelesaikan tugas, dan juga MR merasa dengan adanya *Telegram* tidak menghilangkan perasaan gugup saat bersosialisasi, karena MR sendiri merasa dia bukan tipe orang yang mudah gugup untuk bersosialisasi. Dan menurut MR *Telegram* tidak membantunya dalam memahami tugas yang diberikan, karena melalui *Telegram* MR sering merasa salah paham. MR juga merasa dengan adanya *Telegram* menghilangkan cara dia bersosialisasi dengan sesama teman magang. MR yang memiliki *basic* dalam bidang desain komunikasi visual yang sering bergulat dengan ide-ide kreatif tidak merasa adanya *Telegram* mempengaruhi dia dalam berkeaktivitas untuk mengerjakan tugasnya. MR merasa dengan penggunaan *Telegram* membuat suasana kantor menjadi lebih kaku dan menegangkan. Menurut MR efek lainnya yang dia rasa telah hilang dengan adanya *Telegram* ini yaitu rasa peduli.

### D. Responden 4 Annisa Ramadhani (AR)

Menurut AR penggunaan *Telegram* membuatnya tidak nyaman dalam menyelesaikan tugas, namun AR merasa dengan adanya *Telegram* untuk membantu menghilangkan rasa gugup dengan jawaban biasa saja. Dan menurut AR *Telegram* tidak membantunya dalam memahami tugas yang diberikan. AR juga merasa *Telegram* tidak terlalu menghilangkan cara dia bersosialisasi. Dan bagi AR yang memiliki *basic* dalam bidang desain komunikasi visual yang sering bergulat dengan ide-ide kreatif merasa *Telegram* tidak menghambat dia dalam berkeaktivitas dalam mengerjakan

tugasnya. AR juga merasa adanya *Telegram* membuat suasana kantor menjadi kaku dan menegangkan. Dan AR tidak merasa ada perasaan yang hilang lainnya dari penggunaan *Telegram* tersebut.

#### **E. Responden 5 Himatyar Putra Widya (TY)**

Menurut TY penggunaan *Telegram* membuatnya nyaman dalam menyelesaikan tugas. Dan bagi TY *Telegram* juga membantunya dalam menghilangkan rasa gugup saat bersosialisasi. Bagi TY dengan melalui *Telegram* membuat TY dapat dengan memahami tugas yang diberikan. Bagi TY *Telegram* tidak menghilangkan cara dia bersosialisasi, karena TY merasa mungkin jadi sering menggunakan *Telegram* tapi bukan berarti tidak sama sekali bertatap muka. Dan bagi TY yang memiliki basic dalam bidang desain komunikasi visual yang sering bergulat dengan ide-ide kreatif merasa *Telegram* mungkin menghambat dia dalam berkreaitivitas mengerjakan tugas. TY juga merasa adanya *Telegram* tidak membuat suasana kantor menjadi kaku dan menegangkan. Dan TY tidak merasa ada perasaan yang hilang lainnya dari penggunaan *Telegram* tersebut.

#### **F. Responden 6 Hanny Yunita (HY)**

Menurut HY penggunaan *Telegram* membuatnya nyaman dalam menyelesaikan tugas karena dengan adanya *Telegram* tugas-tugas yang sudah selesai dapat dikumpulkan dengan cepat dan mendapat *feedback* yang cepat pula. Dengan adanya *Telegram* membuat HY merasa tidak terbantu untuk menghilangkan rasa gugupnya, tidak menghilangkan dalam arti HY bukan tipe yang mudah gugup untuk bersosialisasi dengan orang di sekitarnya. tetapi bagi HY dia

akan gugup ketika berhadapan dengan bosnya, karena memang jarang bertemu. Kemudian bagi HY juga penggunaan *Telegram* untuk mengirim tugas kurang bisa HY pahami sehingga sering terjadi miss komunikasi. Dengan penggunaan *Telegram* menurut HY tidak membuat caranya bersosialisasi berubah, karena untuk ke sesama teman magang HY masih bersosialisasi dengan nyaman yaitu tatap muka, sedangkan dengan para staff HY tetap harus menggunakan *Telegram*. Dan juga HY merasa *Telegram* tidak menghambatnya dalam berkreaitivitas karena menurut HY *Telegram* lebih memiliki peran sebagai pengingat apa saja pointpoint yang harus dikerjakan. Dan menurut HY dengan adanya *Telegram* membuat suasana kantor menjadi kaku dan menegangkan karena memang menurut HY disana hanya dikasih instruksi, kerjakan, dan kumpulkan, dan juga kurangnya bercandaan antara *staff* kepada para anak magang.

#### **G. Responden 7 Rattih Dewi (RT)**

Bagi RT menggunakan *Telegram* membuatnya merasa nyaman dari segi kepraktisannya karena RT tidak perlu mondar-mandir naik turun tangga untuk menanyakan tentang tugas maupun untuk mengumpulkan tugas. Bagi RT penggunaan *Telegram* sangat membantu untuk mengurangi rasa gugup, karena RT memiliki rasa takut salah ngomong kepada orang yang lebih tua jadi RT lebih nyaman melalui *Telegram* agar dapat mempertimbangkan baik-baik apa yang mau RT tuliskan. Tapi kalau ke sesama teman magang RT lebih nyaman secara tatap muka. Dengan adanya *Telegram* tidak merubah cara bersosialisasi RT terhadap teman magang, karena RT memang lebih nyaman bersosialisasi tatap muka dengan teman-teman di rumahnya. Lalu menurut

RT *Telegram* tidak mempengaruhi kreativitas karena RT merasa hal itu tergantung dari individunya. Bagi RT penggunaan *Telegram* tidak membuat suasana kantor menjadi kaku, mungkin hanya pada awal masuk magang, tetapi setelah RT merasa dekat dengan teman magang dan para *staff*, RT merasa suasana sudah tidak tegang lagi.

#### **5.1.2.5 Efek Tumbuhnya Perasaan Tertentu**

Efek tumbuhnya perasaan tertentu merupakan efek yang tumbuh dari penggunaan dan kehadiran medsos itu sendiri. Dalam penelitian ini merupakan efek yang terjadi terhadap penggunaan media sosial *Telegram* pada kantor *Start Friday*, berikut deskripsi dari hasil wawancara peneliti dengan ketujuh responden.

##### **A. Reponden 1 Florencia Irena Wijayanto (FW)**

Dalam kehadiran *Telegram* dalam kegiatan magang FW membuatnya timbul rasa nyaman khususnya ketika pertama kali FW masuk magang. Selama menggunakan *Telegram* di *Start Friday* FW pada awalnya berpikiran kenapa harus *Telegram*, akan tetapi dengan berjalannya waktu FW menyadari bahwa penggunaan *Telegram* sangat baik untuk dunia kerja. Dengan adanya *Telegram* FW merasa lebih optimis dalam mengerjakan tugas bisa lebih maksimal tetapi tidak dalam mempengaruhi semangat untuk mengerjakannya, cukup demikian yang FW rasakan, menurut FW tidak ada lagi perasaan yang tumbuh ketika menggunakan media sosial *Telegram*.

## **B. Reponden 2 Fitri Rachmawati (FR)**

Dalam bersosialisasi di *Start Friday* yang menggunakan *Telegram* sebagai medianya membuat FR merasa tidak nyaman, menurut FR bisa memperhatikan *gesture* lawan bicara bisa membuatnya nyaman. Dalam penggunaan *Telegram* FR tidak merasa ada medsos yang lebih cocok dibanding *Telegram*, karena menurut FR *Telegram* lebih *terprivate* dibanding WA, alasan lainnya karena banyak teman dia yang tidak menggunakan *Telegram* membuat FR berfikir cocoknya *Telegram* untuk urusan kerja disana. Dan dalam mengerjakan tugas FR juga merasa lebih optimis untuk mengerjakan secara maksimal karena tugas kantor nantinya akan dicek langsung oleh bos *Start Friday*. FR juga merasa semangat dalam mengerjakan tugas karena terkadang sesama teman magang saling menyemangati melalui *Telegram*. Dan untuk efek lainnya yang FR rasakan yaitu FR merasa bisa lebih terlihat atraktif dengan adanya *Telegram* karena banyak sticker yang bisa menunjukkan emosi FR ketika sedang chat dengan yang lainnya.

## **C. Reponden 3 Mega Rahmania (MR)**

Dalam penggunaan *Telegram* sebagai media komunikasi, MR menyatakan bahwa dengan bertatap muka membuat MR merasa tidak nyaman, dari maka itu MR juga merasa tidak ada pula media sosial yang lebih baik digunakan di kantor dibanding *Telegram*. Menurut MR dengan adanya *Telegram* tidak membuatnya optimis dalam mengerjakan tugas, dan dalam memberinya semangat.



#### **D. Reponden 4 Annisa Ramadhani (AR)**

AR merasa tidak nyaman ketika harus bersosialisasi menggunakan *Telegram* dibanding dengan bertatap muka, dengan begitu AR merasa tidak ada media yang lebih baik dari *Telegram* karena dengan *Telegram* sendiri AR merasa sudah tidak baik dalam penggunaannya. Menurut MR juga adanya *Telegram* tidak membuatnya optimis dalam mengerjakan tugas, dan dalam memberinya semangat. Dan juga untuk efek lainnya AR tidak merasa ada yang tumbuh lainnya.

#### **E. Reponden 5 Himatyar Putra Widya (TY)**

TY merasa bersosialisasi dengan ada atau tidak adanya *Telegram* bagi dia nyaman-nyaman saja. Dari maka itu TYpun tidak merasa ada media sosial lainnya yang lebih cocok, bukan berarti *Telegram* sudah yang terbaik tetapi TY kurang memperdulikannya, bagi TY media sosial apapun bisa menggantikan peran *Telegram* di *Start Friday*. Menurut TY juga adanya *Telegram* tidak membuatnya optimis dalam mengerjakan tugas, dan dalam memberinya semangat.

#### **F. Reponden 6 Hanny Yunita (HY)**

HY merasa bersosialisasi dengan telegram membuatnya tidak nyaman, dan HY merasa WA sebagai media sosial yang lebih cocok menggantikan *Telegram* karena HY merasa fitur terlihat sedang online atau tidak, kapan terakhir dipakai, jadi bisa ketahuan siapa yang sengaja sudah di baca tapi belum dibalas-balas, menurut HY mau optimis ataupun tidak yang namanya tugas tetap harus di kerjakan dan diselesaikan secepat mungkin. Dan HY dengan adanya telegram membuatnya lebih bersemangat ketika

diberi tugas, karena HY merasa dia telah terpilih dan diberi kepercayaan untuk menyelesaikan tugas tersebut.

#### **G. Reponden 7 Rattih Dewi (RT)**

RT merasa bersosialisasi dengan *Telegram* kepada para *staff* membuatnya nyaman, tapi tidak untuk ke sesama teman magang karena RT merasa tidak perlu menggunakan *Telegram* untuk bersosialisasi dengan teman magang lainnya. Bagi RT tidak ada media sosial lainya yang lebih cocok dibandingkan *Telegram*, karena menurut RT media sosial apapun yang dipakai akan memiliki fungsi yang sama dalam penggunaanya di *Start Friday* ini. Bagi RT adanya *Telegram* membuat semangat dalam mengerjakan tugas, karena banyaknya *sticker* yang lucu membuat mood menjadi baik dan jadi bersemangat mengerjakan tugasnya.

## 5.2 Pembahasan

Kehadiran media sosial *Telegram* di *Start Friday* memiliki perannya sendiri, yaitu sebagai media komunikasi yang digunakan baik oleh para *staff* dan mahasiswa magang. Dengan latar belakang yang peneliti telah sampaikan, membuat peneliti merumuskan masalah dengan meneliti bagaimana efek penggunaan media sosial *Telegram* sebagai media komunikasi di perusahaan *Asia Brand Consultant Start Friday* terhadap mahasiswa magang. Seperti yang telah diungkapkan McLuhan bahwa media sosial merupakan perpanjangan dari indera manusia, Senada dengan McLuhan, Steven H. Chaffe menyatakan bahwa efek dari media sosial bisa dibuktikan dengan 5 pendakatan fisik yaitu efek ekonomi, efek sosial, efek penjadwalan kegiatan, efek hilangnya perasaan tertentu, efek tumbuhnya perasaan tertentu (Irwanto, 2010;5). Berikut adalah pembahasan dari bagaimana efek dari penggunaan media sosial *Telegram* tersebut diterima dan ditanggapi bagi ketujuh responden mahasiswa magang.

### 5.2.1 Efek ekonomi

Efek ekonomi merupakan efek dimana dalam kehadiran media sosial tersebut dapat mempengaruhi perkonomian penggunaannya, dalam artian pengguna bisa mendapatkan penghasilan ketika memanfaatkan media sosial tersebut atau sebaliknya pengguna mengeluarkan dana untuk media sosial tersebut.

Dari sedikit pembahasan mengenai efek ekonomi dari kehadiran media sosial *Telegram* terhadap mahasiswa magang, berikut yang merupakan efek ekonomi yang dirasakan oleh responden. Efek ekonomi yang dirasakan oleh responden hanya satu efek, yaitu dengan mengeluarkan dana untuk pembelian kuota paket internet, agar dapat mengoperasikan media sosial *Telegram*

ketika ditugaskan untuk kegiatan diluar kantor, atau ketika perlu berkomunikasi untuk kepentingan kerja diluar jam kantor.

### 5.2.2 Efek Sosial

Efek sosial merupakan efek dimana dalam kehadiran media sosial tersebut dapat mempengaruhi kehidupan sosial penggunanya, dalam artian pengguna mendapatkan wawasan karena sudah lebih dulu mengenal dan paham dalam mengoperasikan media sosial tersebut dibanding lainnya yang mungkin belum mengenalnya, dan hal lainnya seperti mendapatkan teman, bersosialisasi dengan orang dimana dan kapan saja.

Dari sedikit pembahasan mengenai efek sosial dari kehadiran media sosial *Telegram* terhadap mahasiswa magang, berikut yang merupakan efek sosial yang dirasakan oleh narasumber, yaitu sebelum magang di *Start Friday* ada tiga dari ketujuh narasumber yang sudah lebih dulu mengenal tentang media sosial *Telegram*, tetapi satu narasumber yang sudah mengunduh dan mengoperasikannya, dengan begitu terjadilah kesenjangan sosial dari segi pengetahuan terhadap sesama mahasiswa magang dalam penggunaan media sosial *Telegram* tersebut.

Selanjutnya beberapa responden merasa terbantu dalam kehadiran dan penggunaan media sosial *Telegram* tersebut untuk bersosialisasi ke sesama mahasiswa magang, dan juga kepada para staff yang bekerja di *Start Friday*. Selain membantu dalam bersosialisasi dalam arti memudahkan komunikasi yang terjadi di *Start Friday*, akan tetapi tidak membuat semua responden merasa bisa lebih akrab dengan sesama teman magang ataupun dengan para staff, tetapi juga ada yang merasa bisa mengakrabkan diri dengan sesama mahasiswa magang lainnya dan juga para staff, ada juga yang lebih merasa dengan *Telegram* membantunya lebih bisa

akrab hanya dengan para *staff*. Keakraban yang dimaksud berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana yaitu, terlihat akrab kepada sesama teman magang ketika bercanda gurau digrup *Telegram* dengan beradu *sticker* yang lucu-lucu, lalu ketika mendekati jam istirahat para mahasiswa magang berdiskusi melalui *Telegram* untuk menentukan tempat makan, dan untuk keakraban dengan para *staff* seperti contohnya, ada beberapa temang magang yang sering curhat melalui *Telegram* dan juga secara langsung dengan *staff* pembimbing magang, ada juga yang keluar makan bersama *staff*, ada juga yang karena lebih akrab membuatnya lebih sering dipercaya untuk mengerjakan sebuah tugas dibanding mahasiswa magang lainnya.

Dan dalam penggunaan media sosial *Telegram* ada juga yang merasa sering mengalami salah paham, salah paham yang dimaksud berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana yaitu seperti ketika tugas yang sudah dikerjakan ternyata tidak sesuai dengan yang diinginkan karena kurang jelas briefing yang diberikan, dan ada juga yang merasa terbantu dalam bersosialisasi diluar topik seputar kegiatan kerja, dan ada juga yang merasa dalam penggunaan media sosial *Telegram* membuat kegiatan bersosialisasi menjadi pasif, berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana yaitu pasif yang dimaksud dikerenakan narasumber kurang nyaman kalau harus berkomunikasi melalui *Telegram* dan merasa lebih bisa aktif ketika berkomunikasi secara langsung

### **5.2.3 Efek Penjadwalan kegiatan**

Efek penjadwalan kegiatan merupakan efek dimana kehadiran media sosial tersebut dapat mempengaruhi penjadwalan kegiatan penggunanya, dalam artian pengguna mengalami

perubahan kegiatan dari yang biasanya melakukan A setelah hadirnya media sosial *Telegram* kegiatan dari responden menjadi B, dengan demikian efek B bisa jadi karena penggunaan media sosial *Telegram* itu sendiri.

Dari sedikit pembahasan mengenai efek penjadwalan kegiatan dari kehadiran media sosial *Telegram* terhadap mahasiswa magang, berikut yang merupakan efek penjadwalan kegiatan yang dirasakan oleh narasumber, yaitu banyak dari beberapa narasumber merasa dengan kehadiran *Telegram* dalam kegiatan magangnya di *Start Friday*, membuat mereka menjadi lebih sering mengoperasikan media sosial *Telegram* tersebut, hal tersebut membuat munculnya kegiatan baru bagi penggunanya dari kegiatan sebelum mereka magang.

Dan juga efek yang terjadi yaitu perubahan kegiatan dalam bersosialisasi beberapa narasumber merasa dari yang sebelumnya mereka bersosialisasi lebih sering dengan tatap muka, dengan penggunaan *Telegram* di *Start Friday* membuat mereka menjadi lebih sering bersosialisasi melalui media sosial *Telegram*.

Dan untuk selanjutnya efek yang diterima oleh para mahasiswa magang yaitu dengan penggunaan media sosial *Telegram*, membantu para mahasiswa magang mengetahui lebih cepat apabila ada perubahan jadwal masuk dan pulang kantor.

#### **5.2.4 Efek hilangnya perasaan tertentu**

Efek hilangnya perasaan tertentu merupakan efek dimana adanya perasaan tertentu yang hilang secara psikologis karena dari kehadiran dan penggunaan media sosial *Telegram* tersebut, dalam artian pengguna akan kehilangan perasaan secara psikologis karena efek dari penggunaan media sosial tersebut.



Dari sedikit pembahasan mengenai efek hilangnya perasaan tertentu yang disebabkan dari kehadiran media sosial *Telegram* terhadap mahasiswa magang, berikut yang merupakan efek hilangnya perasaan tertentu yang dirasakan oleh responden, yaitu dengan adanya media sosial *Telegram*, membuat responden merasa terbantu dalam mengatasi rasa gugupnya ketika harus bersosialisasi dengan yang lainnya.

Dan juga dalam penggunaannya, media sosial *Telegram* membantu menghilangkan rasa khawatir dalam memahami dan menyelesaikan tugas yang dikerjakan.

Efek lainnya yang dirasakan oleh salah satu narasumber dari penggunaan media sosial *Telegram* yaitu hilangnya rasa peduli dengan teman-teman disekitar. Berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana, hilangnya rasa peduli disebabkan oleh ambisi yang besar, seperti contohnya ketika para mahasiswa sudah selesai dengan tugas yang diberikan kedia, mahasiswa magang cenderung lebih memilih untuk meminta tugas lagi dengan staff pembimbing atau memilih untuk bersantai hingga diberi tugas berikutnya, hingga pernah suatu saat salah satu staff disana menegur agar barang siapa yang sudah selesai dengan tugas yang dikerjakannya, dihibau untuk menawarkan bantuan kepada teman magang lainnya yang belum selesai dengan tugasnya.

Dan juga beberapa responden merasa dengan penggunaan *Telegram* membuat hilangnya suasana lingkungan kerja yang menyenangkan, karena dengan adanya media sosial *Telegram* membuat suasana kerja menjadi kaku dan menegangkan. Berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana, yang dimaksud dengan menjadi kaku dan menegangkan yaitu dimana para mahasiswa magang merasa ada beberapa kegiatan kantor yang

seharusnya bisa dilakukan dengan berkumpul dan duduk bersama untuk berdiskusi tatap muka, dan mengetahui ekspresi dari masing –masing lawan bicaranya untuk berdiskusi mengenai pekerjaan, tapi itu semua tidak bisa karena hal tersebut dilakukan hanya sebatas dalam penggunaan *Telegram*

#### **5.2.5 Efek tumbuhnya perasaan tertentu**

Efek tumbuhnya perasaan tertentu merupakan efek dimana adanya perasaan tertentu yang tumbuh bisa secara positif atau negatif karena dari kehadiran dan penggunaan media sosial *Telegram* tersebut, dalam artian pengguna akan menumbuhkan perasaan tertentu karena efek dari penggunaan media sosial tersebut.

Dari sedikit pembahasan mengenai efek tumbuhnya perasaan tertentu yang disebabkan dari kehadiran media sosial *Telegram* terhadap mahasiswa magang, berikut yang merupakan efek tumbuhnya perasaan tertentu yang dirasakan oleh responden, yaitu dalam penggunaan media sosial *Telegram* menumbuhkan rasa nyaman ketika untuk bersosialisasi baikpun dalam mengerjakan tugas-tugas. berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana yaitu nyaman yang dimaksud adalah dari kepraktisan penggunaan *Telegram* itu sendiri, karena tidak perlu naik turun tangga untuk harus berkomunikasi dan mengumpulkan tugas kepada para staff,

Dan juga menumbuhkan rasa bahwa ada media sosial lain yang lebih cocok untuk digunakan dibanding dengan *Telegram*. berdasarkan observasi peneliti ketika magang disana rasa ini tumbuh karena fungsi dan manfaat medsos *Telegram* yang kurang lebih sama dengan medsos lainnya dan lebih sering digunakan dikeseharian mahasiswa magang dibanding medsos *Telegram*.

Dan juga menumbuhkan rasa semangat dan optimis dalam mengerjakan tugas yang diberikan karena merasa telah dipercayakan untuk mengerjakan suatu tugas.

Dan dengan menggunakan media sosial *Telegram* menumbuhkan suasana berkomunikasi yang menyenangkan karena banyak sticker yang lucu-lucu yang dapat mewakili emosi dari penggunaanya.

